

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UMKM Ayam Potong Bu Elih. Lokasi penelitian berada di Kp. Legok Cililin Rt.05 Rw. 02 Desa Lemah Duhur Kec. Caringin Kabupaten Bogor. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari 2025 sampai dengan bulan Juli 2025. Berikut jadwal penelitian yang dilakukan terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.1 Jadwal Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan					
		Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli
1	Pengajuan Judul Penelitian						
2	Observasi Tempat Penelitian						
3	Penyusunan BAB I, II, III						
4	Pengecekan Draft Proposal						
5	Seminar Proposal						
6	Revisi Proposal						
7	Pengumpulan Data						
8	Pengolahan Data						
9	Penyusunan BAB IV						
10	Penyusunan BAB V						
11	Seminar Hasil Penelitian						

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

3.2 Jenis Penelitian

Metode kualitatif adalah metode dengan proses penelitian berdasarkan persepsi pada suatu fenomena dengan pendekatannya datanya menghasilkan analisis deskriptif berupa kalimat secara lisan dari objek penelitian (Sahir,2021:6). Menurut Robert K. Yin dalam (Wijayanti, Widhiyoga, Rachmawati, 2024:71) "Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak mengandalkan data numerik

atau statistik, tetapi lebih menekankan pada kategori, citra, dan makna. Tujuannya adalah untuk memahami fenomena sosial dengan sudut pandang partisipan dan mencapai pemahaman yang mendalam."

Dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam suatu fenomena atau kejadian berdasarkan data yang dikumpulkan dari observasi, wawancara, dan kuesioner

3.3 Subjek Penelitian

Sumber informasi sebagai subjek penelitian adalah orang yang paling memahami objek yang sedang diteliti atau individu yang memberikan informasi terkait situasi dan kondisi latar penelitian. Dalam penelitian yang menjadi informan atau subjek penelitian ini yaitu pemilik usaha, supplier dan konsumen yang berjumlah 5 orang. Berikut subjek penelitian yang terdapat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.2 Subjek Penelitian

No	Nama	Informan
1	Elih Liyawati	Pemilik Usaha
2	Wahyu	Supplier
3	Wawan	Konsumen
4	Siti Saripah	Konsumen
5	Ernawati	Konsumen

Sumber: Data diolah Peneliti (2025)

3.4 Jenis Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan jenis data utama yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Pengumpulan data ini dilakukan secara langsung melalui berbagai metode, seperti wawancara, survei, atau eksperimen, dengan tujuan mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Data primer biasanya selalu bersifat spesifik karena disesuaikan oleh kebutuhan peneliti (Balaka, 2022:21). Data penelitian primer yang menjadi acuan pada penelitian ini adalah data yang diperoleh dari

sumber pertama, yaitu melalui wawancara dengan pemilik UMKM ayam potong, serta melakukan observasi lapangan terhadap proses operasional usaha. Observasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh UMKM ayam potong dalam menjalankan bisnisnya.

3.4.2 Data Sekunder

Menurut Heryana (2020) dalam (Abdullah dkk.,2022:62). Data Sekunder adalah data pendukung berupa data tertulis yang didapat secara tidak langsung melalui buku, dokumen, jurnal atau artikel yang terkait dengan topik penelitian. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah dokumen yang berkaitan dengan UMKM ayam potong, serta berbagai sumber lain seperti buku, website, dan penelitian terdahulu.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan proses dalam sebuah penelitian dan merupakan bagian yang penting (Sahir, 2021:28).

1. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data di mana peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mengamati fenomena yang sedang diteliti. Setelah melakukan pengamatan, peneliti dapat mendeskripsikan permasalahan yang ditemukan dan menghubungkannya dengan metode pengumpulan data lainnya, seperti kuesioner atau wawancara. Hasil observasi kemudian dianalisis dan dikaitkan dengan teori serta penelitian sebelumnya.

2. Interview (Wawancara)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan memberi sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian kepada narasumber yang sudah ditentukan. Terdapat beberapa metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a) Wawancara Terstruktur

Wawancara terstruktur adalah metode wawancara di mana peneliti telah menentukan informasi yang ingin diperoleh dari responden. Sebelum

wawancara dilakukan, peneliti menyiapkan daftar pertanyaan serta pilihan jawaban yang telah disusun sebelumnya.

b) Wawancara Tidak Terstruktur

Wawancara tidak terstruktur merupakan metode wawancara yang dilakukan secara lebih fleksibel tanpa format yang kaku. Peneliti hanya menggunakan panduan berupa garis besar topik penelitian, sehingga memungkinkan percakapan berkembang secara alami sesuai dengan respons yang diberikan oleh subjek penelitian.

3. Kuesioner

Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner sangat efisien, responden hanya memilih jawaban yang sudah disediakan oleh peneliti.

3.6 Teknik Analisis Data

3.6.1 Internal Factor Evaluation (IFE)

Analisis Internal Factor Evaluation (IFE) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dalam suatu perusahaan atau usaha, baik yang bersifat sebagai kekuatan (strengths) maupun kelemahan (weaknesses). Analisis ini membantu dalam mengidentifikasi dan menilai sejauh mana faktor-faktor internal tersebut memengaruhi kinerja organisasi, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi yang tepat.

Tabel 3.3 Internal Factor Evaluation (IFE)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1			
2			
Total Kekuatan			
Kelemahan			
1			

2			
Total Kelemahan			
Total			

Sumber: Rangkuti (2016)

3.6.2 External Factor Evaluation (EFE)

Analisis External Factor Evaluation (EFE) adalah alat yang digunakan untuk mengevaluasi faktor-faktor eksternal yang dapat menjadi peluang (opportunities) maupun ancaman (threats) bagi perusahaan. EFE membantu dalam memahami kondisi lingkungan luar yang tidak dapat dikendalikan secara langsung oleh perusahaan, namun sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha.

Tabel 3.4 External Factor Evaluation (EFE)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1			
2			
Total Peluang			
Ancaman			
1			
2			
Total Ancaman			
Total			

Sumber: Rangkuti (2016)

3.6.3 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Matriks IE (Internal-Eksternal) adalah alat analisis strategi yang digunakan untuk menentukan posisi suatu perusahaan atau usaha berdasarkan evaluasi faktor internal dan eksternal. Matriks ini menggabungkan nilai dari Matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan Matriks EFE (External Factor Evaluation), kemudian

memetakan posisi perusahaan dalam salah satu dari sembilan sel dalam matriks, yang masing-masing menunjukkan arah strategi yang sesuai.

		Total Nilai IFE		
4		Kuat 3,0 - 4,0	Sedang 2,0 - 2,9	Lemah 1,0 - 1,9
Total Nilai EFE	Tinggi 3,0 - 4,0	I Grow & Build	II Grow & Build	III Hold & Maintain
	Sedang 2,0 - 2,9	IV Grow & Build	V Hold & Maintan	VI Harvest or Divest
	Rendah 1,0 - 1,9	VII Hold & Maintan	VIII Harvest or Divest	IX Harvest or Divest

Gambar 3.1 Matriks IE (Internal-Eksternal)

Sumber: Rangkuti (2016)

3.6.4 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) adalah alat analisis yang digunakan dalam perencanaan strategis untuk membantu memilih strategi yang paling tepat dari beberapa alternatif yang tersedia. QSPM bekerja dengan menggunakan hasil dari analisis sebelumnya, seperti IFE dan EFE, kemudian menggabungkannya dengan alternatif strategi dalam bentuk matriks. Setiap faktor strategis diberi bobot dan skor agar dapat dihitung daya tarik relatif dari masing-masing strategi. Dengan demikian, QSPM memungkinkan pengambilan keputusan secara objektif dan terukur. QSPM berguna untuk membandingkan secara sistematis berbagai pilihan strategi berdasarkan faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Alat ini membantu manajemen dalam menilai alternatif-alternatif strategi dengan memberikan nilai kuantitatif (Total

Attractiveness Score) pada setiap opsi, sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih rasional dan terstruktur.

Tabel 3.5 Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

No	Faktor Internal	Bobot	Strategi 1		Strategi 2	
			AS	TAS	AS	TAS
1						
2						
3						
4						
5						
	Faktor Eksternal					
1						
2						
3						
4						
5						
Total						

Sumber: David (2016)